

Online ambities waarmaken

# Het succes van internetbureau Enrise

Websites en internetapplicaties waarbij concept, budget en business case naadloos op elkaar aansluiten. Bij het Amersfoorts internetbureau Enrise noemen ze dat 'Code Cuisine.' Maar dan wel fat-free, dus zonder onnodige toeters en bellen.

**E**nrise, voorheen bekend als 4worx, is er voor de echte online ambities. In het portfolio duiken namen op van bedrijven die succesvol van het internet gebruik weten te maken. AutoTrack.nl, KLM, Lotto, Wegener en Centraal Beheer Achmea zijn slechts enkele voorbeelden. In tien jaar tijd groeide het bureau uit tot de top van technische internetbureaus. In 2010 stond het op de vierde

plaats van snelst groeiende ICT-ondernemingen van Midden-Nederland. Wat is hun geheime recept?

#### Duidelijke ambitie

"We zijn eerlijk tegen onze klanten," zegt directeur Freddy Bouw. "In onze branche is alles meetbaar. Je kunt de ROI van een

website, webshop of webapplicatie heel nauwkeurig bepalen. Iedere muisklik wordt geteld. Bezoekersstromen worden zichtbaar en conversies zijn goed meetbaar. Daarom kijken we voor we aan een project beginnen kritisch naar de business case."

"Als je er 'even een webshop bij wilt doen', omdat iedereen er tegenwoordig een heeft, zullen we je dat zeker ontraden," zegt mede-oprichter Hermen Heinen.

"Wij noemen een webshop ook wel 'filiaal zes'. Als je een nieuw filiaal opent, doe je een grote investering in onder andere personeel, interieur en etalage. Een online winkel vraagt ook om een dergelijke investering. Het is niet iets wat je er zomaar even bij doet.

Een webshop van 5000 euro is heel erg duur als je er 1000 euro per jaar mee omzet.



Een webshop van 50.000 euro is echter heel goedkoop als je er 2 miljoen euro per jaar mee omzet." Enrise geeft daarom begeleiding bij het opzetten van een business case.

"Alleen als alles klopt gaan we aan de slag", zegt Stevijn de Jong, mede-eigenaar van Enrise. "Want ons succes staat of valt met het succes van onze klanten."

Toch kan Enrise geen succes garanderen. "Er zijn een heleboel trucs om een rallywagen beter te laten presteren", zegt Bouw, "maar je wint de race niet zonder goede chauffeur. Het succes op internet is ook afhankelijk van wat je met je webtoepassingen doet."

Een mooi voorbeeld is het gebruik van sociale media. "Twitter en Facebook bieden ongekende mogelijkheden. We hebben onlangs een vacature op Twitter gezet. Het resultaat was dat deze binnen de kortste keren 'geretweet' – doorgestuurd – werd en zo een enorm publiek bereikte. Via Twitter bereiken we meer dan met een kostbare advertentie in Emerce. Toch kwam dit succes niet zomaar. We hebben veel geïnvesteerd in het opbouwen van een community rond ons bedrijf. En dan komt het aan op geven en nemen. Het is de kunst om regelmatig informatie of hulp te bieden. Het is met sociale media net als in het echte leven. Van iemand die alleen maar over zichzelf loopt te praten heb je al gauw genoeg. Succesvol gebruik van internet en sociale media vraagt dus ook een investering in tijd en mankracht."

## Met creatieve techniek bespaar je tienduizenden euro's

### Creatieve techniek

Code cuisine betekent voor Enrise creatieve techniek. Slimme internettoepassingen waarbij concept, budget en business case naadloos op elkaar aansluiten. Dat levert soms verrassende resultaten op. Voor de gemeente Utrecht bespaarde Enrise meer dan twee ton belastinggeld met een slimme ingreep in het bestaande content management systeem. Het systeem werkte niet naar behoren omdat er na verloop van tijd veel andere systemen op aangesloten waren. Hierdoor werd het erg traag en waren er acht servers nodig om de site in de lucht te houden.

Heinen: "De meeste bureaus zouden de gemeente geadviseerd hebben een compleet nieuw systeem te implementeren. Dat betekent dat de website volledig moet worden herbouwd. Dat 170 redacteurs moeten worden omgeschoold en dat alle content opnieuw moet worden geplaatst. Een project met een looptijd van 2 jaar.



Daarmee hadden we veel geld kunnen verdienen. Een betere en goedkopere oplossing is om een intelligente extra laag te maken waar het oude systeem plus alle andere systemen op aangesloten konden worden. Het resultaat was dat we van acht servers terug konden naar twee."

Ook AutoTrack.nl klopte aan bij Enrise. Het bedrijf wilde het succes van de site vergroten met een slimmer navigatiesysteem. Wie op AutoTrack.nl zijn droomauto zocht, was tot dan toe aangewezen op een uitgebreid formulier met een groot aantal variabelen. Dit leidde nogal eens tot de ontmoedigende uitkomst 'uw zoekopdracht levert geen resultaten op.' Het was op zo'n moment voor de gebruiker moeilijk te doorgronden waar hij zijn zoekopdracht moest aanpassen. Met geleide navigatie, ook wel 'faceted search' genoemd, begin je met het totale aanbod en filter je net zo lang door tot je tevreden bent met het zoekresultaat. Zo'n filter geeft de bezoeker de mogelijkheid snel en efficiënt door een grote hoeveelheid gegevens te gaan.

Oracle, de leverancier van het oude zoekstelsel, kon geen aanpassingen in het systeem aanbrengen. AutoTrack.nl vroeg Enrise om een creatieve oplossing, waarbij het zoekstelsel werd aangepast zonder in te breken op het oude systeem. Het resultaat verbeterde niet alleen de usability, het ontlastte ook de database, waardoor enorm kon worden bespaard op licentiekosten. Hiermee werd ook de stabiliteit van het systeem vergroot, wat niet onbelangrijk is voor een website die 300 zoekvragen per

seconde moet kunnen verwerken. Ook hier wist Enrise een aanzienlijke kostenbesparing te realiseren.

### Open source

Enrise werkt voornamelijk met 'open source' software en alleen met open standaarden. Hierdoor zit je niet vast aan je aanbieder, is de werking van de software volledig transparant en in de meeste gevallen ook gratis te gebruiken. Dankzij de open standaarden kan iedere programmeur er gemakkelijk mee uit de voeten en is er dus geen sprake van 'vendor lock-in'. Ben je ontevreden met de dienstverlening, dan kan je zonder problemen naar een andere aanbieder. Bovendien betaal je als afnemer alleen eenmalig voor de projecturen en niet voor het verdere gebruik van de toepassing. Freddy Bouw: "Als je een timmerman een deur laat maken, dan betaal je hem toch ook alleen voor het hout en de uren die hij eraan werkt? Het zou wat zijn als je ieder jaar opnieuw moest betalen voor het gebruik van die deur en dat hij de enige is die er iets aan kan en mag veranderen. Wij willen een eerlijke, op kwaliteit gebaseerde klantrelatie. En dat noemen we dus code cuisine."

Enrise  
Grote Koppel 7-B  
3813 AA Amersfoort  
T 088 - 555 33 00  
F 088 - 555 33 01  
welcome@enrise.com  
www.enrise.com